

中國人の商慣習과 商魂에 관한 研究 (I)

黃正奉*

目 次

- | | |
|-------------------|--------------------|
| 1. 序 論 | 5. 中國人の 商人氣質과 地域特性 |
| 2. 中國人の 人口와 言語 | 6. 中國人の 家庭生活과 婚事問題 |
| 3. 中國人の 民族性과 中華思想 | 7. 中國人の 意識構造와 商慣習 |
| 4. 中國人の 人間關係와 國民性 | |

1. 序 論

일일신우일신(日日新又日新) - 하루가 다르게 변화하고 있는 중국. 요즈음 중국을 다녀온 국내 기업인들은 생각보다 빠르게 변모하고 있는 중국의 실체에 놀라움을 감추지 못하고 있다. 우리보다 20년쯤 뒤진 못사는 나라, 스타킹 한 켤레와 손목시계 하나에 감격해 하는 중국인을 말하는 기업인은 이제 거의 없다.

무섭게 변화하는 중국이 기침을 하면 감기를 앓게 될 처지에 놓일 우리 경제의 앞날을 걱정하는 사람이 늘고 있다. 지난 90년대 초 주식 열풍에 이어 최근에는 부동산과 건설 붐이 중국을 휩쓸고 있다. 가는 곳마다 공단이 건설되고 고층 빌딩이 올라가고 맨션이 들어서고 고속도로가 뚫리고 있다. 한마디로 중국은 지금 세계에서 가장 열기가 뜨거운 건설 현장이다. 건설 장비를 빌려주는 리스 회사와 토지와 건물의 거래를 중개하는 부동산 회사들이 호황을 누리고 있다.

개방과 급격한 경제 성장의 물매를 잘 타 부자가 된 사람이 늘고 있다. 불과 몇년 전만 해도 부자의 기준이 1만원(元)이었으나 지금은 백만원(한화 약1억5천만원)은 보통이고 적어도 수천만원이 있어야 부자축에 끼일 정도다. 자산이 1억원대를 넘어선 존재벌도 속출하고 있다. 정확한 통계는 없지만 우리나라 중산층 수준 이상의 구매력을 가지고 있는 중국인이 전체 인구의 5%인 약 6천만에 달한다는 이야기도 나오고 있다.

북경(北京)·상해(上海)·광주(廣州) 등의 대도시에서는 고급 승용차를 몰거나 핸드폰을 들고 다니는 사람을 서울에서 보다 자주 만난다. 백화점에서는 세계적인 유명 브랜드를 단 고가 상품이

* 濟州大學校 經商大學 貿易學科 教授

불티나게 팔린다. 우리나라 대기업의 제품도 중국에서는 고급 제품 대열에 끼기 힘들다. 서구 선진국의 세계적인 기업들이 시장 선점을 위해 치열한 경쟁을 벌이고 있다. 투 도어 대형 냉장고·전자동 세탁기·대형 컬러TV·에어콘·고급 오디오 제품·VTR 등의 수요가 개방 도시 지역을 중심으로 급격히 늘고 있다.

사람들도 변하고 있다. 국가가 마련해준 일자리를 떠나 자영업을 하는 개체호(個體戶)의 숫자가 1,500만에 이른다. 지금도 대학 교수·공무원·국영 기업 근로자들의 전업(專業) 행렬은 더욱 늘어나고 돈벌이를 위한 부업(副業) 바람이 불고 있다. 편리함과 돈이 있는 도시로 향하는 농촌 인구의 대오(隊伍)도 갈수록 길어지고 있다. 근무 시간에 맞춰 대강대강 일해오던 이들은 이제 남보다 더 많이 벌기 위해 아침부터 밤늦게 까지 쉬지 않고 일한다.

78년 12월 중국 공산당이 개혁·개방의 노선을 채택한지 20년이 지난 지금, 중국은 완전히 다른 모습으로 변했고 그 변화의 속도는 더욱 빨라지고 있다. 세계의 시선이 변화하고 있는 중국에 집중되고 있고 중국은 모든 자원을 총동원해 경제 성장에 매진하고 있다. 오는 2020년에 가면 중국이 미국을 추월, 세계 제 1의 경제 대국이 될 것이란 전망도 나오고 있다. 92년 8월 말 역사적인 한중(韓中) 수교가 이뤄졌고 중국은 미국·일본에 이어 우리의 3대 교역 국가로 부상했다. 수출은 이미 우리를 앞질렀다. 급변하는 중국을 불변의 시각으로 바라보고 있지는 않은가.

2. 中國人의 人口와 言語

12억이라는 엄청난 인구가 우리의 발길을 끌어당기고 있다. 중국 인구는 우리 남한 인구의 30배, 세계 인구의 약 4분의 1을 차지하고 있다. 92년 말 현재 공식 통계 자료에 나타난 중국의 인구는 11억 7천100만 명. 호적에 등록되지 않은 인구 2천만을 합해 통상 12억이라고 추산한다. 지금도 하루에 5만 명, 1년이면 최소 1,500만 명씩 인구가 증가하고 있다고 한다.

49년 중공(中共)정권 수립 당시 4억5천만이었던 인구가 지금은 12억으로 불어난 것은 모택동(毛澤東)의 '인구 증가'정책 때문이었다고 한다. 모택동은 핵을 이용한 제3차 세계 대전을 상상하고 한족(漢族)의 씨를 남기기 위해서 인구를 늘려야 한다는 생각을 했다고 한다. 특히 청장년층은 아동기와 청년기에 개방을 맞이했기 때문에 소비패턴도 매우 개방적인 성향을 보이고 있다. 인구 증가에 대한 압력이 심각해지자 중국은 80년대 부터 강력한 인구 억제 정책을 시행했다. 중국 정부는 1자녀 갖기 운동, 콘돔 무료 공급 등의 산아 제한 정책을 추진하고 이를 지키지 않을 경우 벌금을 물렸다. 이 정책은 도시에서는 그런대로 먹혀 들어갔지만 보수적인 농촌에서는 좀처럼 먹혀 들어가지 않고 있다.

남아 선호 사상이 강한 농촌 사람들은 아들을 낳기 위해 여러 명의 딸을 낳고 호적에 올리지 않는다고 한다. 호적에 올리지 않은 자식을 '흑해자(黑孩子: 숨겨진 자식)'이라고 부르는데 이들의 숫자가 1,500만에 달한다. 1자녀 정책에 의해 태어난 중국 가정의 아이들은 부모의 과보호로 허약하고 사치스럽게 키운다 하여 '소황제(小皇帝)'라 부른다. 중국 대도시에서 이들 소황제를 대상으로 한 아동 용품 산업은 유망 산업으로 각광받고 있다. 맞벌이를 하는 부모들이 하나밖에 없는 자녀를 위해 지출을 아끼지 않기 때문이다.

중국 인구는 56개의 다양한 종족으로 구성돼 있다. 소수 민족의 인구는 전체의 7%인 약 8천만에 달한다. 장족(壯族)이 약 1,400만, 회족(回族) 730만, 위구르족 600만, 조선족이 약 200만 등 인구 100만 이상의 소수 민족이 18개나 된다. 중국 연변에 살고 있는 조선족은 13번째로 인구가 많다. 소수 민족에게는 자치권을 허용하고 있다. 이들 소수 민족은 자기 종족의 고유 문화와 의식 구조를 갖고 있으므로 이에 대한 철저한 연구가 필요하다.

인구 1천 명당 출생률은 19명이고 사망률은 6명이다. 이는 중국에도 고령 인구가 증가하고 있다는 점을 말해 준다. 특히 우리와 비슷한 경로(敬老) 사상이 있기 때문에 고령 인구를 상대로 한 실버 산업도 장기적으로는 성장 가능성이 있을 것이다. 여성 인구를 100으로 할 때 남성 인구는 106.7로 중국에서는 남성 인구의 비율이 높다. 12억 인구를 우리의 미래 소비자로 만들기 위한 분석 작업과 시각이 필요하다.

중국 진출을 희망하는 우리 기업인들이 어디부터 발을 들여 놓아야 할지를 모를 정도로 중국의 국토는 광활하다. 중국의 국토는 남한의 97배에 달하는 960만 평방킬로미터로 세계 3위를 기록하고 있다. 최남단과 북단의 거리는 5,500킬로미터로 서울과 부산 간 거리의 15배나 된다. 북경(北京)에서 기차(火車: 중국에서는 기차를 火車라고 함)를 타면 36시간이 꼬박 걸려야 광주(廣州)에 도착한다. 방대한 중국의 영토는 22개 성(省)과 4개 직할시, 5개 자치구의 행정 구역으로 나뉜다.

중국 국경선의 총 길이는 2만1천 킬로미터로 여덟 개의 성·자치구가 11개의 국가(북한·독립국연합·몽골·베트남·라오스·미얀마·네팔·부탄·인도·파키스탄·아프카니스탄)와 접해 있다. 러시아와 북한·베트남 등의 국경에서는 변경 무역이 활발하게 일어나고 있다. 강소(江蘇)·안휘·산둥(山東)·허북(河北)·흑룡강(黑龍江) 성에는 광활한 평원이 있는가 하면 복건성(福建省)은 산간 구릉 지역이고 사천성(四川省)은 높은 산으로 둘러싸인 분지를 이루고 있다. 중국 국토의 4분의 3을 차지하고 있는 서부의 티벳 고원과 북부의 몽골 고원은 농경이 불가능한 고지와 사막 지역이다.

중국 지형은 대개 서부의 고원 지대와 중원의 평야 지대로 구분된다. 서부가 고원 지대이기 때문에 중국의 강은 서쪽에서 동쪽으로 흐르고, 동쪽에 강이 발달해 있다. 중국의 2대 강인 황하(黃河)와 양자강(揚子江)도 서쪽에서 동쪽으로 흐른다. 땅이 너무 넓다 보니 종족도 다양하고 지방마다 언어와 풍속이 다른 것은 당연하다.

그 중에서 언어의 문제는 심각하다. 지역마다 방언이 발달해 있어 언어 소통이 제대로 이뤄질 수 없을 정도다. 광둥어(廣東語)는 북경 사람들에게 전혀 통하지 않는다. 중국의 대표적인 방언은 7종류가 있는데 이 중에도 대표적인 것은 북경어·광둥어·복건어(福建語)다. '만다린(Mandarin)'이라고 불리는 중국 표준어는 북경어를 근간으로 표준화시킨 것이다. 홍콩(香港)과 동남아 지역의 화교들은 광둥어와 복건어를 주로 쓰고 우리나라의 화교들은 북방 방언인 산둥어(山東語)를 주로 쓴다. 소수 민족은 자기들의 고유 언어를 쓰고 있고 글자를 모르는 사람이 3억이 넘어 중국에서의 언어 소통 문제는 생각보다 훨씬 심각하다.

지역의 광대함은 중앙의 정책이 지방에 잘 전달되지 않는 등 중앙 집권적 통치를 어렵게 만들고 있다. 중앙 정부가 어떤 조치를 취했다는 뉴스가 나왔으나 지방 도시에서는 전혀 반응이 없는 경우가 종종 있다. 이에 따라 중국정부는 중앙의 권한을 지방으로 대폭 이양하고 있다. 최근에는 성정부(省政府) 주도로 경제 개발 정책이 추진되면서 성간의 무역장벽과 보호주의 경향이 생겨나고 있다.

자기 성에서 만든 제품을 보호하기 위해 타성에서 생산된 제품의 반입과 판매를 제한하려는 움직임이 나타나고 있다. 빈부 격차가 심해지고 있는 추세에 비추어 앞으로 이같은 성간 무역 장벽은 더욱 높아질 것으로 보인다. 이 점은 국내 기업들이 중국 내수 시장 진출 시 반드시 검토하고 넘어가야 할 부분이다.

3. 中國人の民族性と中華思想

중국인의 국민성은 계층과 신분·지역에 따라서 큰 차이를 나타낸다. 그리고 시대적 상황에 따라 그 모습을 달리 한다. 지배 계층의 상부 문화와 피지배 계층인 일반 국민의 하부문화는 크게 다르다. 북경에서 만나는 중앙 관리들은 중국의 대전통에서 비롯된 사대부(士大夫) 정신을 가지고 있다. 이들은 자기 중심의 의식 구조를 벗어나지 못하고 있다. 중화 사상(中華思想)이 바로 그것이다.

사대부란, 우리의 양반과 같은데 체면을 중시하고 의리가 있고 자기의 뜻을 펴기 위한 도전 정신을 가지고 있다. 지금 중국 지도층 인사들의 정신 속에는 인의예지(仁義禮智)·각고(刻苦)·절개·지향(持恒)·지향(志向)·침착·인화(人和)·청사(靑史) 사상·영웅주의 등으로 대표되는 사대부 정신의 강점이 계승되고 있다. 이들에게는 충신은 추대하고 역적을 미워하는 애증(愛憎) 구별과 먼저 고생하고 나중에 즐기는 선고후락(先苦後樂)의 정신이 있다. 한마디로 적극적인 사고 방식을 가지고 있다.

반면 항상 지배를 당하며 살아온 대부분의 중국인은 매우 소극적이고 체념적인 성향을 가지고 있으면서 자기 일을 열심히 하는 근면성을 보여주고 있다. "대충대충 해"·"나하고는 관계 없어"·

“어쩔 수가 없어” 하는 식의 무관심과 체념의 소극적인 사고 방식에 젖어 있는 경우가 많다. “나서지 말라” · “서두르면 빨리 죽는다” · “소심해야 복이 많다”는 등의 소시민적인 생활관을 가지고 살고 있다. 이같은 소극성은 사회주의 체제 아래서 평등주의 까지 가세해 지금은 중국 개혁의 걸림돌로 작용하고 있을 정도다.

중국에 진출한 서방 기업들도 중국 근로자들의 이같은 열근성(劣根性) 때문에 어려움을 겪고 있다. 이들은 또 자기 몫을 키우는 것보다는 다른 사람에 비해 자기 몫이 적지 않은가에 초점을 맞추고 살아간다. 개방 이후 이들 중에서 자기 몫을 키우기 위해 적극적으로 뛰고 있는 사람이 급증하고 있다.

중국인의 국민성은 지역에 따라서도 큰 차이를 보이고 있다. 양자강을 중심으로 북쪽에 사는 북방인은 대체로 도량이 넓고 인내심이 강하며 의리를 중하게 여겨 비밀을 잘 지키는 대륙적 기질을 계승하고 있다. 북방인은 역사적으로 정권과 문화를 주도해 왔기 때문에 남방인을 무시하는 경향이 있다. 남방인은 전통적으로 상업에 능하고 두뇌 회전이 빠르다. 남방 상인은 일단 계약이 체결되었다 라도 불이익이 예상되면 이를 잘 지키지 않는 경우가 많다. 북방인은 우리와 비슷하고 남방인은 일본인과 비슷한 일면이 있다고 할까.

북방인이든 남방인이든 상인들의 경우 계산과 술책에 능하다. 우리보다 한참 뒤떨어진 줄 알고 쉽게 접근했다가 우리 기업인들이 호되게 당한 사례가 적잖게 발생하고 있다. 중국인의 공통점을 발견하는 일도 중요하지만 자신이 만나는 중국인의 계층이나 신분·출신 지역에 따른 차별성을 파악하는 일이 필요하다. 중요한 것은 내가 만남 중국인이 결코 모든 중국인을 대표하는 사람이 아니라는 점이다.

중국인의 의식 밑바닥에는 중국이 세계 문명의 발상지자 지리적으로 세계의 중심이라는 중화 사상(中華思想)이 항상 깔려 있다. 이 중화 사상은 중국인에게는 자신감과 우월감을 심어 주었지만 주변 국가에는 사대주의(事大主義)를 강요했다. 우리나라를 비롯한 주변국을 오랑개(夷)라고 부르고 조공(朝貢)을 바치게 했던 과거의 역사 속에서만 중국인의 중화사상이 존재하는 것이 아니다. 지금도 중국 특유의 사회주의 시장 경제를 실험하고 있다는 자부심으로 가득찬 중국인의 모습을 볼 수 있다.

자본주의든 사회주의든 모든 것은 집어삼킬 수 있다는 자신감과 왕성한 소화력을 만드는 원천도 중화 사상에 있다는 생각을 지울 수 없다. 개방을 추진하는 과정에서 중국은 홍콩·대만(臺灣) 등 동족 중화인(中華人)을 최우선시하고 있다. 다음으로는 강대국인 미국과의 관계에 가장 큰 비중을 두고 있다. 중화라는 사상이 대륙의 종주국이라는 배경에서 비롯된 것이기 때문에 중국은 당연히 미주(美洲) 대륙의 지배 국가인 미국을 그들의 상대로 생각하고 있다.

외교를 할 때나 무역 거래를 할 때도 중화 사상에서 비롯된 자기 중심적인 사고와 행위는 항상

나타난다. 92년 8월 한중 수교를 할 때도 중국은 우리나라 외무부 장관을 북경으로 불러들였다. 70년대 초 미국·일본과 국교를 수립할 때도 그랬다. 인권 문제에 대한 서방국들의 압력에도 자기를 문제에 간섭하지 말라는 식의 강경한 태도를 견지하고 있다.

무역 거래시 계약을 체결할 때도 중국은 영어가 아닌 중국어로 계약서를 작성한다. 상담을 할 때도 중국어를 사용한다. 심지어 조선족(朝鮮族) 자치구 투자 유치단 일행이 우리나라를 방문했을 때 책임자는 우리말을 잘 알면서도 중국말을 굳이 사용한다. 화법(話法)도 자기 중심적이다. '부디 오셔서 자리를 빛내 주시면 감사하겠습니다.'가 아니고 '연회를 베푸니 와주십시오'하는 식으로 표현한다.

물건을 거래한다는 뜻으로 우리는 '매매(賈買)'라고 표기한다. 상대방이 원하는 물건을 먼저 팔고 난 다음 자기가 사고 싶은 물건을 산다는 의미다. 중국에서는 '매매(買賣)'로 표기한다. 자기가 필요한 물건을 먼저 산 다음 상대가 원하는 물건을 판다는 것이다. 자기의 요구가 우선이다. 자기 중심적인 중화 사상은 중국인으로 하여금 체면(미엔츠 : 面子)을 중시하게 만들었다. 중국인은 자기의 체면을 유지하기 위해 먼저 상대의 체면을 세워 준다. 상대방의 체면과 자존심을 손상하는 발언은 금물이다.

우리나라 사람들이 중국에 가서 약속을 남발하고 돈을 마구 뿌려 중국인의 자존심을 상하게 만드는 일을 삼가야 한다는 지적을 받는 것도 이와 관련이 있다. 이같은 중국인의 자기 중심적 사고방식은 거래시 자기의 잘못을 좀처럼 인정하지 않으려는 폐단으로도 나타난다. 우리 입장에서 볼 때 중국인의 자기 중심적 사고 방식은 배타적이고 독선적인 것에 지나지 않는다. 그러나 이 점을 간과하고 넘어가면 단시간 내에 우리의 자존심이 상할 수도 있다.

4. 中國人의 人間關係와 國民性

중국인의 의식구조를 잘 설명해 주는 표현 중의 하나는 '메이관시(沒關係)'라는 말이다. 괜찮다는 말인데 왜 괜찮은가 하면 나하고 관계가 없기 때문에 괜찮은 것이다. 쓸데없이 남의 일에 참견하는 사람에게 '샤오관시엔스(少關閑事)라고 말하는데 이는 당신과는 상관없는 일이니 끼여들지 말란 뜻이다.

한마디로 위뿌관(我不關)이다. 주위나 사회 공동체에 대한 무관심은 지나칠 정도다. 이를 뒤집어 보면 '관시(關係)'를 매우 중요시한다는 사실을 알 수 있다. '관시'는 우리나라에서 말하는 '백(Background)'이고 관계를 엮어 그물을 만든 '관시왕(關係網)'은 '연줄'이다. 중국인이 중요시하는 '시'는 첫번째로 혈연이고 두번째는 지연과 학연이며 다음은 친구와 지인(知人)이다.

중국에는 가족개념의 확대를 위해 양자(養子)를 삼아 키워주는 풍습이 있다. 이붕(李鵬)이 주은래(朱恩來)의 양자라는 사실은 널리 알려져 있는 사실이다. 지금도 중앙 정치 실력자의 2세나 양아들이 중국 정재계에 막강한 영향력을 행사하고 있다. 이들 그룹을 '태자당(太子堂)이라고 하는데 개방 이후 경제 부문에서 맹활약을 벌이고 있다. 관계가 가까워져 자기 사람(自己人: 쓰지런)이 되면 확실하게 믿고 밀어준다. 유력 인사의 추천이나 소개장은 큰 힘을 발휘한다. 이를 동원하면 없는 비행기표도 구할 수 있고 건물의 고도제한도 높일 수 있다.

새 친구(新朋友)를 오랜 친구(老朋友)로 만들어 확실한 '관시'를 엮어 '관시왕(關係網)'을 만드는 일이 중국과의 거래시 가장 중요한 일이 된다. 어느 나라나 마찬가지로 중국과의 비즈니스에서는 인맥구축의 성공이 사업 성공의 지름길이 되는 확률이 높다. 관계가 성립되기 위해서 가장 중요한 조건은 신의(信義)다. 술 한잔 하고 '인간적으로 해결합시다' 하는 식의 근시안적인 접근으로 관시가 형성되지 않는다. 중국을 몇번 다녀온 인사들이 유력 인사의 명함을 보이면서 관계가 있음을 자랑하는 것은 자기만의 관시를 과시하는 일에 지나지 않는다.

신의를 중요하게 생각한다는 것은 역설적으로 왜만해서는 믿지 않고 의심하는 구석이 많다는 점이다. 믿을 수 있는 관계에 있는 사람에게는 모든 것을 주지만 그렇지 않은 모든 사람은 잘 믿지 않는다는 말이다. 다른 사람을 잘 믿지 않는 중국인의 속성은 전쟁과 권력 투쟁으로 점철된 역사와도 무관하지 않다. 홍(紅)에서 청(靑)으로, 우에서 좌로 끊이지 않는 권력 이동 과정에서 살아남기 위해서는 자신과 혈육밖에 믿을 사람이 없다는 의식을 갖게 됐다.

중국인이 황금을 특히 선호하고 돈이 있어도 은행에 가지 않고 장롱 속에 숨겨두는 것도 이러한 데서 연유한다. 거슬러 올라가면 궁중의 내시(內侍: 宦官)가 그렇고 도장을 찍어야만 계약을 믿는 관행도 마찬가지다. 그리고 중국인은 한 번 속으면 평생 그것을 잊지 않고 복수하는 일면이 있다. 관계를 내세워 한류 잡으로는 한탕주의식 사고 방식은 더 큰 화를 자초할 수 있다.

'몹이 적은 것 자체는 문제가 되지 않는다. 다만 다른 사람보다 내 몹이 적을 때 문제가 된다.〔不患寡而患不均〕' 사회주의 체제 아래서 평등주의에 물든 중국인의 의식 구조를 잘 나타내는 표현이다. 일을 열심히 하지 않는 사람도 결과의 균등 분배를 실현하는 사회주의 체제라는 우산 아래 보호를 받아왔다. 자기 몹을 인정하지 않는 체제가 일을 열심히 하려는 사람들의 의욕을 꺾어 놓았다. 균등 분배의 악순환으로 개방·개혁 이전의 중국 사람들은 모두가 대강대강 자기 일을 하면서 살아왔다. 지금도 이같은 잔재는 중국인에게 뿌리깊이 박혀 있다.

개방 이후 새로이 대두하고 있는 빈부 격차 문제를 해소하지 않을 경우 중국 사회가 또 한 번의 변란을 겪게 될 것이라는 경고를 하는 사람들의 논리적인 근거도 여기에 있다. 일반 중국인은 자기들끼리 '먼저 나는 새가 총 맞는다(銃打先鳥)'는 말을 자주 한다. 5천년의 역사 동안 2년에 한 번 꼴로 전쟁을 치른 과거의 역사에서 터득한 생활 지혜다. 이같은 소극적 후퇴 철학은 40년 동안의

사회주의 체제 아래서 더욱 심화되었다.

삼강 평원(三岡平原)의 집단 농장에서 일하는 인민은 종소리와 함께 아침 일을 하러 나간다. 종치는 사람이 종을 치지 않으면 나가지 않는다. 일을 나가서도 2킬로미터가 넘는 밭고랑 한가운데서 눈치를 살피며 논다. 일을 열심히 하는 사람에게 다른 사람들은 '너 열심히 하면 너만 힘들고 우리 모두가 피곤해진다'고 만류한다.

대학 졸업식장에서 총장은 졸업생을 모아 놓고 "좌우전후상하로 눈치를 살피되 앞서려고 그러지 말라"는 충고를 한다. 사회주의 체제는 중국 인민이 '서두르면 빨리 죽는다(急人急死)', '조심해야 복이 많다(小心多福)'는 등의 소극적이고 후퇴적인 생활관을 가지도록 만들었다. 그리고 개성이 없는 마네킨(大一統人間)같은 획일적인 사람으로 만들어 왔다. 많은 중국의 지식인은 지난날 봉건체제와 사회주의체제 아래서 비굴하고 소극적으로 후퇴하고 있는 중국인의 잘못된 국민성을 질타했다. 중국의 유명한 근대 문학가 노신(魯迅)은 지주집 머슴 '아큐(阿Q)'를 통해 피해 정신에 사로잡히고 멧멧하지 못하게 살아가는 중국인을 실랄하게 비판했다. 대만의 문학가 백양(柏楊)은 중국을 거대한 된장독에 비유한 <추한 중국인>이란 책에서 보수적이고 폐쇄적인 중국인의 속성을 질타했다. 된장독 속에는 사과·배·바나나·파인애플·귤 등 아무리 신선한 과일을 많이 넣어도 된장이 되고 만다는 뜻이다. 고질적인 중국병(中國病)을 잘 지적해 주는 대목이다.

중국에 진출한 국내 기업은 현지 근로자들의 이같은 중국병 때문에 예기치 않은 어려움을 겪거나 심지어 두 손을 드는 경우까지 있다. 그래서 기업을 나름대로 원인을 분석해 현지 고용인의 정신 교육을 실시하고 있다. 저임금의 밑바닥에 숨어 있는 근로자들의 중국병 치유책을 마련해야 한다.

5. 中國人の 商人氣質과 地域特性

약 반 세기 동안의 냉전 논리에 익숙해 온 우리는 사회주의국가 중국의 상인들이 상거래에 있어서 으레 우리보다 뒤질 것이라는 편견에 사로잡혀 있을 때가 많다. 현대적인 교역 기법에 익숙지 못한 중국인이 제반 거래에서 우리보다 뒤진 것은 사실이다. 그러나 금전에 대한 감각이나 상거래 기술 면에서 중국인은 결코 우리에게 뒤지지 않는다.

중국인은 설 명절에 '공시파차이(恭喜發財)'라는 인사말을 나눈다. '돈 많이 버십시오'라는 뜻이다. 중국인은 대회 시에도 돈을 번다는 뜻의 '좡치엔(賺錢)'이라는 말을 자연스럽게 사용한다. 개방 이후 자기 몫이 인정되자 어린이부터 대학교수에 이르기까지 많은 중국인이 돈벌이 전선에 뛰어들고 있는 모습을 볼 수 있다. 모택동 치하에서 숨죽이고 있던 중국인의 상본능(商本能)이 개방과 동시에 분출하고 있는 것이다.

중국에서는 길거리에서 꽃을 파는 꼬마들을 만날 수 있다. 고아가 아니고 엄연히 부모가 있는 애들이다. 식당집 아들도 아침에 등교하기 전에 일을 거들다가 학교에 간다. 식당집 주인은 그날 번 돈을 장롱 깊숙이 숨겨 놓거나 금덩어리를 사서 비밀스럽게 보관한다.

계산에 대한 감각도 우리에게 결코 뒤지지 않는다. 원주율(圓周率)을 가장 먼저 계산해낸 민족이 중국인이다. 암산 능력이 가장 뛰어난 상인으로 유태상인과 중국상인을 꼽는다. '비단길 상인'에서부터 알 수 있듯이 중국인의 상거래 역사는 세계에서 가장 오래됐다.

상인이라고 하는 표현의 유래도 중국에서 나왔다. 기원전 10세기 경 나라가 망해 전답을 잃고 고향을 떠나 장사를 하게된 상(商: 殷)나라 사람을 가리켜 상인(商人)이라 불렀다. 돌아다니면서 거래를 하는 사람은 행상(行商), 한곳에 자리를 잡고 물건을 매매하는 사람을 좌고(坐賈)라 했다. 춘추 전국 시대에 이미 전국을 상대로 장사를 한 여불위(呂不韋)같은 거상(巨商)이 생겨났다. 여불위는 지금부터 2천년 전에 박리다매(薄利多賣)라는 상술을 구사하여 거상이 됐다.

중국 역사 속의 전아들은 손자병법(孫子兵法)식 상술에 능했다. 그들은 정세 변화에 적응하는 지혜와 결단의 시기에 밀어붙일 수 있는 용기, 남이 버리면 줌고 원하면 주는 인(仁), 참고 기다릴 수 있는 강인함을 가지고 있었다. 중국이 사회주의라는 죽(竹)의 장막을 치고 난 뒤에도 본토 바깥에 거주하고 있는 화상(華商)은 그들의 뛰어난 상술로 가는 곳마다 성공을 거두었다.

우리는 중국인이 이상과 현실의 양극단을 동시에 취하고 있는 양면성이 있다고 말한다. 상층부 사람들은 이상을, 하층부 사람들은 현실을 중시하는 경향을 보이고 있다. 중국의 일반인은 실속을 챙기고 지극히 현실적인 생활 철학을 가지고 있다. 대부분의 상인들도 이 범주에 속한다. 실속을 추구하는 것도 알고 보면 그들의 상본능과 무관하지 않다. 가장 경제적인 생활 방식을 선택하는 것이다.

일본 종합 상사의 상사맨들도 상술이 능하고 자존심이 강한 상해(上海) 상인들에게는 말 못하는 콤플렉스를 느끼고 있다는 사실을 한 번쯤 짚고 넘어가자.

중국에서 남쪽 사람과 북쪽 사람의 기질에는 큰 차이가 있다. 북방인은 의협심이 강하고 남방인은 계산이 빠르다. 북방인은 보수적이고 관념적인 성향이 강한 반면 남방인은 개방적이고 실용적인 속성을 가지고 있다. 역사적으로 볼 때 북방인은 정치가·사상가·군인이 많고 남방인은 문학가·화가·상인을 많이 배출했다.

600년에 가까운 왕도(王都)의 역사를 가지고 있는 북경인은 대인 관계에서 콧대가 높고 자부심이 강하다. 권력과 명예욕은 많으나 비교적 예의가 바른 편이다. 거래시 연줄이 없으면 일의 진척이 더디고 위로부터의 압력과 연줄이 있으면 일의 진행 속도가 빨라진다.

상해인(上海人)은 일찍부터 국제화된 까닭에 국제적인 감각이 비교적 발달해 있으며 머리회전이

빠르고 유연한 동시에 실리적, 행동적이며 금지가 대단히 높다. 상해인은 평소 북경 말을 쓰지 않고 북경인과는 결혼까지 하지 않으려 할 정도로 금지(?)가 대단하다. 상해를 조금 아는 외국인은 '상해인의 주머니에서 돈을 꺼내게 만드는 것은 매우 어렵다'고 말한다. 상해인과 거래해 이익을 남기기가 힘들다는 말이다. 물건을 고를 때 북경 주민은 상품의 기능과 질을, 상해 주민은 외관과 디자인을 중시하는 경향을 보이고 있다. 상해인은 옛날부터 의복과 외관을 중시했다.

북부의 동북 3성(東北三省: 흑룡강·길림·요녕) 지역 사람은 중국에서 술을 좋아하는 사람들로 소문나 있다. 65도 이상의 독한 술을 민물 생선회를 안주로 단숨에 마신다. '남자 허리에는 표주박, 여자 허리에는 담뱃대'라는 얘기가 있을 정도다. 상담보다는 우선 친구가 되는 일이 중요하다. 친구를 위해 희생할 정도로 의협심이 강하다.

산둥인(山東人)은 몸집이 크고 성격이 단순한 편이다. 대도(大盜)와 의적(義賊)이 많이 나온 지역이다. 처음에는 경계하지만 일단 친구가 되면 마음 속의 얘기도 털어 놓고 까다롭지 않은 편이다.

상해남부의 절강인(浙江人)은 상해인 못지 않게 계산이 빠르고 저축열도 높다. 추진력은 강하나 자기가 손해보는 장사는 절대 하지 않는 속성이 있다. 조직을 만들기를 좋아한다. 상인·문학가·시인·화가들이 많이 배출되었으며 절강성은 미녀가 유명하다.

복건인(福建人)은 구두쇠로 평판이 나 있다. 비가 오는 날에 우산 두 개를 들고 나가 하나는 자기가 사용하고 나머지 하나는 판다는 얘기가 있을 정도다. 사업의 경우 확실한 승산이 없으면 손대지 않는다. 산간 지대로, 가난했기 때문에 일찍부터 필리핀 등 해외로 나간 화교들이 많다. 이들을 이발·요리 등의 힘든 일로 돈을 모아 지금은 본국에 투자, 체면을 되살리고 있다.

광둥인(廣東人)은 중국의 유대인이라 불릴 정도로 상술과 이재에 밝다. 두뇌 회전이 빠르고 세밀한 작업에 탁월하다. 사치를 추구해 유행에 민감한 구석이 있다. 홍콩에서 큰 사업은 상해인이 주무르고 있고 조립 가공업은 광둥인이 장악하고 있다. 기질상 북방인은 우리와 통하고 남방인은 일본인과 가까운 것 같다.

6. 中國人の 家庭生活과 婚事問題

중국의 가정이 돌아가는 모습은 우리와 크게 다르다. 중국 가정에서의 여권(女權)은 우리와 비교할 수 없이 높다. 밥짓고 빨래하고 시장보는 굵고 힘든 일은 모두 남편 몫이다. 아내는 설거지와 간단한 청소를 하는 정도다. 퇴근 후 남편은 찬거리를 장만하러 시장으로 가고 아내는 자녀를 데리고

집으로 돌아온다. 휴일 외출 시에도 남편이 모든 걸 챙겨 나가고 대문 앞에 서서 아내가 몸치장을 빨리 하고 나오기를 기다린다.

승녀공처(崇女恭妻)라고 표현하는 식자들도 있다. 여권을 너무 키워 줘서 사회주의가 망하게 됐다고 비판하는 이들도 있을 정도다. 좀 과장된 표현이기는 하지만 중국 가정에서 아내의 지위는 우리보다 확실히 높은 것 같다. 가정을 방문했을 때 아내는 손님과 대화를 나누고 남편이 손수 요리를 하는 경우를 종종 볼 수 있다. 중국에서는 공처가를 처관엄(妻管嚴: 처의 관리가 엄중함)이라고 한다. 집안 일을 남편이 해야 하기 때문에 유부남은 퇴근 시간이 되면 집으로 곧장 돌아가야 한다. 야근을 시킬 수 없다.

중국에 진출하는 국내 기업은 이 점을 염두에 두어야 한다. 될 수 있으면 결혼하지 않은 사람을 채용하는게 좋을 것이다. 저녁 술자리에 합석하지 못하고 집에 일찍 들어가 봐야 한다는 경우를 자주 볼 수 있다.

남편들이 시장보는 일을 하고 있다는 사실은 중국의 가장은 물건을 구입할 때 계산이 아주 밝다는 점을 시사해 준다. 오히려 아내보다 구매 능력이 뛰어날 수 있다. 소비 물품 구입에 대해 남성은 문외한이고 여성이 전권을 갖고 있는 우리나라를 생각해 마케팅 전략을 세운다면 낙제점수를 받을 가능성이 많다.

'여성도 사회의 반을 책임져야 한다(婦女是半天)'는 의식에 따라 중국 여성의 취업률은 남성과의 맞먹는 80%를 상회하고 있다. 중국의 부부들은 거의 가 맞벌이를 한다. 맞벌이 부부를 '쌍직공(雙職工)'이라고 부른다.

15년 전부터 1가족 1자녀 갖기를 내걸고 강력한 산아 제한 정책을 시행하면서 중국에서도 핵가족화가 급속히 진행되고 있다. 6명의 어른에 1명의 어린이가 생겨나게 됐다. 할머니·할아버지·외할머니·외할아버지·아버지·어머니 6명의 어른 아래 태어난 한 명의 귀염둥이는 황제로 군림한다.

북경의 참고서 전문 서점 앞에는 새벽부터 어린이용 학습참고서를 사기 위해 줄 서 있는 어른의 행렬을 구경할 수 있다. 새벽 6시가 넘어서 오면 책을 사지 못할 정도다. 자녀의 교육에 필요한 컴퓨터(학습기(學習機)라고 함) 수요는 우리와 비교가 안될 정도로 왕성하다. 북경·상해 등 대도시 지역 가정에는 학습기가 없는 집이 없고 농촌 가정에서도 세탁기는 못사도 자녀의 학습기는 사준다. 눈여겨 봐야 할 부분이다.

하나밖에 없는 자식을 위해 과잉으로 정을 베풀고 있는 현실이 '사이일중합증(四二一綜合症)'이라는 풍자어를 만들어 냈다. 요즘 중국 가정은 일과 후 여가 시간의 대부분을 TV시청에 소요하고 있다고 한다. 한 사회의 특징과 변화는 가족과 가족 구성원의 변화를 들여다보면 가장 정확히 알 수 있다.

개방은 중국 청년 남녀의 인생관에 가장 큰 영향을 미치고 있다. 젊은 여성들의 배우자 선택 기준이 크게 달라지고 있다. 70년대 중반까지만 해도 정치적 지위와 명예가 제1의 배우자 선택 기준이었다. 80년대 초반에는 물질적 조건이 중시됐으나 지금은 지식과 재능이 신랑감을 고르는 기준이 되고 있다. 적어도 지금 중국의 처녀들에게 정치적인 지위는 배우자 선택기준에서 완전히 삭제됐다.

기업의 경리(經理: 임원)나 공장장, 성공한 개체호가 최고 신랑감으로 지목받고 있고, 외자 기업에 근무하는 세일즈맨이나 사무직원도 인기가 높다고 한다. 남자의 성격과 외모도 신랑감 선택의 중요한 포인트로 등장했다. 자신보다 키가 크고 여자를 잘 감싸줄 수 있는 온화한 성격의 남자를 선호한다.

중국 여성은 전통적으로 박력있는 남자보다는 온화하고 자상한 스타일의 남성을 좋아한다. 중국과의 비즈니스에서 여자 직원을 대할 때 반드시 이 점을 기억해 뒀어야 한다. 남자들은 우리와 비슷한 것 같다. 학력보다는 외모와 순결문제를 아직도 중시하고 있는 것 같다.

70년대 우리나라를 휩쓸었던 낭만주의와 남녀간의 연애 풍조가 지금 중국에서 급속히 확산되고 있다. 부담없이 만나고 미련없이 헤어지는 '남녀상열지사(男女相悅之事)'에 관한 얘기를 흔히 보고 들을 수 있다. 돈많은 친구에게로 발길을 돌려버린 '여붕우(女朋友: 여자애인)'에게 차여 속으로 눈물을 삼키는 순진한 총각들이 늘고 있다고 한다.

중국에는 '징혼(徵婚)'이라는 것이 보편화되 있다. 신문이나 잡지의 광고를 통해 전문 회사가 짝을 지어주는 결혼을 징혼이라고 한다. 나이가 많거나 이혼 경험이 있는 사람들이 주로 이 통로를 이용한다.

중국에도 이혼이 늘고 있다. 80년대 전반에는 70년대의 '문화대혁명(文化大革命)' 기간 동안에 결혼한 부부의 이혼이 급증했다. '하방(下方)'운동으로 농촌으로 내려가 결혼한 대학 출신의 남녀가 학력 차이를 이유로 이혼을 할 수 밖에 없게 된 것이다. 이 때 산골로 내려간 지식 여성은 제때 짝을 구하지 못하고 도시로 돌아와서는 홀몸으로 지내는 소위 '문혁(文革) 노처녀'들이 아직도 많다고 한다.

요즈음은 성격차이·불륜 등이 새로운 이혼 사유로 등장하고 있다. 노인들의 재혼 바람도 불고 있다. 개방의 물결과 더불어 핵가족화가 일어나면서 외로움을 달래기 위해 재혼하는 노인들이 늘고 있다.

지금도 중국에서는 '색요채례(索要彩禮)'라는 풍습이 남아있다고 한다. 남자가 여자쪽 부모에게 돈을 주는 풍습인데 요즈음 그 액수는 1만원에 달한다고 한다. 여자가 부족해서 생기는 관습인 것 같다. 내륙 지방의 산골에서는 지금도 1처 3부(夫)를 데리고 살고 있는 경우도 있다고 한다.

북경에서 남자가 장가를 들려면 적어도 2,3만원이 있어야 한다고 한다. 세탁기·냉장고·컬러 TV 등의 가전 제품과 고급 손목 시계·고급 가구 등 혼수품 마련에 돈을 많이 쓴다는 이야기다. 국내 기업도 중국의 혼수품 시장을 잘 살펴보고 이 시장을 공략할 필요가 있을 것 같다.

7. 中國人の 意識構造와 商慣習

만만디(慢慢的) - 중국 사람을 생각하면 곧바로 연상되는 표현이다. 절대 서두르지 않고 천천히 일을 진행하는 중국인을 가리켜 '만만디'라고 부른다. 만만디는 우리를 답답하게도 만들고 때로는 감탄시키기도 한다.

미국·일본·중국 사람 셋이 돼지우리에 들어가 오래 있기 시험을 하면 미국 사람이 제일 먼저 나오고 다음에는 일본 사람이, 일본 사람 뒤에는 돼지가 나오고 궁금해서 들여다보니 중국 사람은 돼지 우리에서 잠자고 있었다는 우스개 소리가 있다. 식사 시간이 두 시간이 넘고 화장실에 가서도 1시간이나 앉아 있다. 음식을 시켜 놓고서 우리처럼 '빨리' 해 달라고 재촉하지 않는다. 충분히 구워서 천천히 달라고 한다. 식당 종업원도 '만만즈(慢慢吃)'라고 말한다. 천천히 드시라는 뜻이다.

건물의 비상구를 중국에서는 태평문(太平門)이라고 표기한다. 중국인은 '서두르면 빨리 죽는다(急人急死)'든가 '빨리 가려하면 오히려 도달하지 못한다(欲速則不達)'는 말을 자주 사용한다.

지금 중국 노동자들에게 '빨리빨리'는 한국 기업의 노동 착취를 가리키는 대명사로 쓰이고 있다. 중국인의 이같은 '만만디'는 지난 50년 간의 사회주의 체제 아래서 더욱 고질화된 느낌이다. '만만디' 다음으로 중국에서 많이 사용하는 말은 '차부뚜어(差不多)'다. 차이가 없다는 뜻으로 '대강대강', '대충대충' 넘어가자는 뜻이다. 어떤 사안에 대한 판단이 서지 않을 때나 의사를 명백히 밝히고 싶지 않을 경우에도 '차부뚜어'라고 말한다.

중국의 유명한 문학가 호적(胡適)은 우유부단하고 대강주의에 물든 중국인을 '차부다(差不多) 선생(Mr. 차부뚜어)'이라고 꼬집기도 했다. '워뿌관(我不關)' - 나하고는 상관없다는 뜻으로 중국인은 이 말을 자주 사용한다. 안될 것이 되지도 않고 될 것이 안되지도 않는다는 체념주의와 서양의 개인주의와 가깝다. 지극히 현실적이고 실속을 챙기는 중국인의 사고 방식이 '워뿌관'이란 표현에 스며 있다. 실제로 친한 친구의 일에도 관여하지 않고 속마음을 잘 털어놓지 않는다. 하루 저녁 술 동무가 되고 나면 자신의 마음을 털어 놓는 우리와는 다른 일면을 읽을 수 있는 표현이다.

중국인을 나타내는 또다른 표현으로 '메이파즈(没法子)'라는 말이 있다. 별 수 없다면가 내버려 두라는 뜻을 담고 있다. 자연의 절대적인 힘과 지배 권력에 순응하면서 살아온 중국인의 단면을

이해할 수 있는 표현이기도 하다. 양자강(揚子江)의 홍수를 제아무리 천하 장사라도 막을 수 있겠는가. 메이파즈는 얼핏 체념으로 비취지지만 참고 견디는, 인내하는 생활관으로 현실 속에 숨어 있다.

'요우미엔즈(有面子)' - 체면을 세워달라는 말이다. 중국인은 체면을 매우 중시한다. 예의와 대인 관계를 중시하는 전통적인 유교 사상에서 비롯된 관행이다. 지금은 후진적인 경제 상태에서 오는 일종의 보상 심리 내지는 반발 심리로 작용할 가능성이 있기 때문에 중국인의 체면을 깎아내리는 행위나 발언을 하지 않도록 조심해야 한다.

중국인의 상관행을 요약하면 이들은 다음과 같다.

- 개인보다는 집단과의 조화를 중시한다.
- 혈연, 지연 등을 중시한다.
- 주인의식이 강하다.
- 상담시 본심을 타인에게 노출하지 않는다.
- 돌다리도 두드리는 습성이 있다.
- 여유가 있는 국민이다.
- 계약서보다 융통성을 중시한다.
- 신용을 제일로 삼고 체면을 중시한다.
- 상담시 상대를 높여주는 연기력이 풍부하다.
- 한 사람을 믿는 데나 돈을 버는 단위는 10년으로 한다.
- 쓸데없는 가정을 싫어하고 현실에 처한 대로 일을 풀어간다.
- 말이 많은 사람은 소인으로 취급한다.
- 현금주의와 돈의 중요성을 아는 국민이다.

서구의 어느 회사대표는 동일한 문제를 가지고 협상할 때 미국에서 일주일 소요되는 일이 프랑스에서는 2일, 브라질에서는 3일 걸리는데 비해 중국에서는 수개월이 소요된다고 지적했다. 중국인들은 시간엄수는 중요하지 않고 상황에 따라 신축성이 있다고 믿으며, 매사 행동에 옮기기 전에 오랜 지연이 때때로 필요하다고 생각한다. 그러므로 중국인과의 협상에서 성공하려면 우선 인내심과 성실성을 요하며 이들의 거래관습과 사회관습 등 중국문화와의 친밀성을 갖는 것이 무엇보다 중요하다.

중국인과의 협상시 대응책으로서는 이들은 팔고 사는 것이 생활의 수단만은 아니라는 점과 매사 시간적 여유와 끈기를 가져야 한다. 이들과의 거래시 사소한 것이라도 흠을 잡아 할인하려는 습성에 충분한 대처가 필요하며 거래에서는 늘 '히든카드'를 갖고 있어 거래가 불리할 때 이를 제시하기도 한다. 이들은 계약보다 언약을 중시하기 때문에 구두약속이라도 일단 합의한 것은 성실히 이행하는 노력이 중요하다.

화근이라고 말하는 것은 분명히 문제가 있다. 이러한 논리가 비약하면 중국인은 항상 만만다고 한국인은 항상 빨리빨리 서두르는 국민이라는 사대주의 사상의 오류를 벗어나지 못하는 결과가 생긴다.

국제 상거래에 나서고 있는 중국인들의 국제 무역에 관한 지식도 제대로 갖추지 못한 채 서두르고 있으면서 문제가 생기면 한국인은 너무 서두른다는 충고를 하는 이면을 정확히 짚고 넘어가야 한다. 개방·개혁이 가속화되면서 지금까지 중국의 '경제 속도'였던 '만만디'가 이제는 더 이상 통하지 않고 있다.

지금 중국에서는 '심천(深圳) 속도'나 '상해(上海) 속도'니 하는 말이 유행하고 있다. 심천 국제 공항이 2년 만에 완공됐는데 상해와 포둥(浦東) 지구를 잇는 대교는 1년 만에 건설된다. 북경·상해·광주 등의 도시에 들어서고 있는 고층 빌딩도 착공한 지 1년이면 공사가 완료된다. 만만디가 더 이상 중국의 경제 속도가 되지 못하고 있는 것이다.

지금 중국의 경제 성장 속도는, 우리나라의 3년이 중국의 1년에 해당한다. 자기 몫을 인정하는 시장 경제가 도입되면서 대충대충 소극적으로 살던 일반 국민의 태도가 급변하고 있다.

자기 사업가인 개체호(個體戶)들은 아침 일찍 일어나 밤 늦게까지 일하고 사업 궁리를 하느라 밤잠까지도 설친다. 이같은 움직임은 고학력자들을 중심으로 급격히 확산되고 있다. 지금 중국에서는 사고전환을 뜻하는 '환뇌근(換腦筋)', 철밥 그릇을 버리고 개인 기업을 한다는 의미의 '하해(下海)' 등의 신조어가 유행하고 있다. 모터 싸이클이나 자동차의 증가, 핸드폰·전화기 등 통신제품과 전자제품의 보급 확대 등도 중국 사회 전체의 속도가 빨라지는 것을 의미한다.

우리보다 느린 그들의 행동을 보고 중국인의 속성을 단정하는 시대는 이미 지났다. 더 이상 만만디가 중국인의 대명사가 아니라는 점을 되새겨 보자.

참 고 문 헌

1. 國家安全企劃部, 全世界 華僑의 經濟活動 實態, 1995. 11.
2. 大韓貿易投資振興公社, 中國通商情報, 1996. 10.12 및 1997. 1.
3. 韓國輸出保險公社, 아시아편람, 1996.10
4. 林武郎, 中國大陸對外貿易發展, 自由中國工業, 1997. 3.
5. 姜鳳求, 最近 中國의 投資環境變化와 우리企業의 對應方案, 한국산업은행, 産業經濟, 1996. 12.31
6. 中央日報社, 特別取材팀編, 한국인의 중국여행, 서울 중앙일보사, 1994
7. 千石保, 中國人の 價値觀, 東京, サイマル 出版社, 1992.
8. 現代經濟司會研究員 編, 中國人과의 去來方法: 交際要領을 中心으로, 1993년 4월 7일.
9. 現代精工株式會社 編, 中國投資 및 進出戰略, 1994. 6.
10. 임계순, 한국인의 짝사랑, 中國, 서울: 김영사, 1994.
11. 박인식, 大陸으로 사라지다, 서울: 광화문, 1994.
12. 미가미 료우조우저, 유승분역, 中國의 人間戰略, 서울: 도서출판 명인 1992.
13. 도오도오 아키야스저, 우경운 역, 名言으로 본 中國, 中國人, 서울, 시공사, 1994.
14. 도널드 먼로저 김덕중 역, 現代中國의 人間理解, 서울, 청아출판사 1982.
15. 大韓商事仲裁院 中國研究會 編, 對中國投資의 虛實과 對應方案: 中國人の 商慣習과 投資 失敗事例를 中心으로, 1993. 7. 23.
16. 邱永漢, 中國人과 日本人, 東京: 中央公論社, 1993.
17. 國際民間經濟協議會 編, 中國人の 相談術, 1988.
18. 干宗先, 兩岸關係與臺灣經濟, 自由中國工業, 1996. 12.
19. 니콜라스 R. 라디(Nicholas R. Lardy)저, 오세영 역, 폭발하는 중국시장 경제의 미래, 영언 문화사, 1996. 2. 5.
20. 崔弼圭, 中國을 넘어야 韓國이 산다, 서울, 韓國經濟新聞社 1994.
21. Paul Epner, Managing Chinese Employees: Common Sense is the Best Guide Available, The China Business Review, July - August, 1991. p.24 - 30.
22. Lucian W. pye, Chinese Negotiation Style: Commercial Approaches and Cultural principles, Westport, Conn.: Quorum Books, 1992.
23. Mitsubish: Economic Research Institute, Chinese Economy Present Condition and Problems, Meris Monthly Circular, 1997. June.

24. Niu Genying. 1994. China's Economic Reform in 1994. Beijing Review 37, no. 2(10 - 16 January) : 10 - 12.
25. Ya Qin. 1993, China and GATT : Accession Instead of Resumption, Journal of World Trade 27, no.2(April) : 77 - 98.
26. Yang Deming. 1992. A Study of china's Foreign Economic Development Strategy. Guoji maoyi (International Trade no,11(November) : 7 - 13.